

**Analisis Hukum Islam Tentang Praktik Persaingan Usaha Pada Pasar  
Modern dan Tradisional**

(Studi pada Indomaret dan warung eceran di Desa Hanura Kecamatan Teluk  
Pandan Kabupaten Pesawaran)

**Skripsi**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1  
Dalam Ilmu Syari'ah

Oleh :  
Indah Harum Rezeki  
NPM : 1621030511

Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)



**FAKULTAS SYARI'AH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1441H/2020M**

**ANALISIS HUKUM ISLAM TENTANG PRAKTIK PERSAINGAN  
USAHA PADA PASAR MODERN DAN TRADISIONAL**

(Studi pada Indomaret dan warung eceran di Desa Hanura Kecamatan Teluk  
Pandan Kabupaten Pesawaran)

**Skripsi**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1  
Dalam Ilmu Syari'ah

Oleh :

**INDAH HARUM REZEKI  
NPM : 1621030511**

Jurusan: Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)

Pembimbing I : Dr. Iskandar Syukur, MA.

Pembimbing II : Drs. H. Zikri, M.Sos.

**FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1441H/2020M**

## ABSTRAK

Hukum persaingan usaha (*competition law*) adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan. Persaingan usaha adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur mengenai segala aspek yang berkaitan dengan persaingan usaha, yang mencakup hal-hal yang boleh dilakukan dan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha. Dalam praktik persaingan usaha yang dilakukan oleh Indomaret adalah turunnya omset terhadap pedagang eceran. Permasalahan dalam penelitian adalah :1) Bagaimanakah praktik persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional yang berada di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran? 2) Bagaimanakah pandangan hukum Islam tentang praktik persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional yang berada di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik persaingan antara Indomaret dengan warung eceran yang berada di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran. Untuk mengetahui pandangan hukum Islam tentang praktik persaingan antara Indomaret dengan warung eceran yang berada di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran. Penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan (*field riserch*) dan menggunakan pendekatan yang bersifat kualitatif deskriptif yaitu wawancara terhadap beberapa pedagang eceran yang terdapat di Desa Hanura tentang berdirinya Indomaret dan berdampak pada pedagang eceran. Hasil kesimpulan menunjukkan bahwa unsur praktik persaingan usaha yang dilakukan oleh Indomaret dengan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh pihak Indomaret membuat konsumen lebih tertarik berbelanja di Indomaret dibandingkan dengan warung eceran. Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh warung eceran tidak mampu bersaing dengan Indomaret dan membuat konsumen lebih tertarik berbelanja di Indomaret dibandingkan berbelanja di warung eceran. Tinjauan hukum Islam tentang praktik persaingan usaha pada pasar

modern dan tradisional adalah diperbolehkan (*mubah*), karena telah sesuai dengan persaingan usaha dalam ekonomi Islam dan etika bisnis dalam Islam. Praktik persaingan usaha yang dilakukan oleh pihak Indomaret sesuai dengan syariat Islam. Tidak adanya kemudharatan dan tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh hukum Islam.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Harum Rezeki

NPM : 1621030511

Jurusan/Prodi : Muamalah

Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**ANALISIS HUKUM ISLAM TENTANG PERSAINGAN USAHA PADA PASAR MODERN DAN TRADISIONAL** (Studi pada Indomaret dan warung eceran di Desa Hanura Pesawaran)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 9 Desember 2019

Penulis



Indah Harum Rezeki

1621030511





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS SYARIAH**

Alamat : JL. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung Telp (0721) 703260

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi :** ANALISIS HUKUM ISLAM TENTANG PRAKTIK  
PERSAINGAN USAHA PADA PASAR MODERN  
DAN TRADISIONAL (Studi pada Indomaret dan  
pedagang eceran di Desa Hanura Kecamatan Teluk  
Pandan Kabupaten Pesawaran)

**Nama Mahasiswa :** Indah Harum Rezeki  
**NPM :** 1621030511  
**Program Studi :** Hukum Ekonomi Syari'ah  
**Fakultas :** Syariah

**MENYETUJUI**

Telah dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah  
Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Iskandar Syukur, M.A.  
NIP. 196603301992031002

Drs. H. Zikri, M.Sos.  
NIP. 196808271994031004

**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan Muamalah**

Khoiruddin, M.S.I.  
NIP. 19780725200912100





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS SYARIAH**


**Alamat : JL. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung Telp (0721) 703260**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul: **“ANALISIS HUKUM ISLAM TENTANG PRAKTIK  
PERSAINGAN USAHA PADA PASAR MEDERN DAN TRADISIONAL  
(Studi pada Indomaret dan Warung Eceran di Desa Hanura Kecamatan  
Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran)”** Disusun oleh: **Indah Harum Rezeki,**  
NPM: **1621030511,** Jurusan: **Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah),** telah  
diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung,  
Pada Hari/Tanggal: Hari Rabu, 04 Maret 2020,

**TIM DEWAN PENGUJI**

**Ketua : Yufi Wiyos Rini Masykuroh, M.Si**

  
(.....)

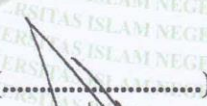
**Sekretaris : Dani Amran Hakim, S.H., M.H.**

  
(.....)

**Penguji Utama : Dr. H. A. Khumaidi Ja'far, S.Ag., M.H.**

  
(.....)

**Penguji I : Dr. Iskandar Syukur, M.A**

  
(.....)

**Penguji II : Drs. H. Zikri, M. Sos.**

  
(.....)

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Syari'ah**



**M. Khairuddin, M.H.**

**T. 196210221993031002**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ  
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ  
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya :Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>1</sup>  
(Q.S An-Nissa (4) :29)

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Alhidayah (Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka)*, Tangerang Selatan, 2011, h.24.



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Ayahku Kamiluddin. dan Ibundaku Nurjanah tersayang, yang senantiasa mengasuh, membesarkan, mendidikku dengan penuh keikhlasan dan kasih sayang, serta selalu mendo'akan untuk keberhasilanku dan telah berjuang tanpa mengenal lelah demi mewujudkan cita-citaku, menemaniku, menasehatiku, memberikan arahan, memotivasiku demi kesuksesanku.
2. Kakak dan Adiku, yang kusayangi sampai akhir hayat., serta keluarga besar yang telah memberiku inspirasi serta dukungan dalam menyelesaikan tugas perkuliahan ini dan selalu mendo'akan dan memberi semangat padaku.
3. Para sahabat-sahabatku yang tidak bisa kusebutkan satu persatu yang selalu kurindukan. Terimakasih telah menemani hari-hariku, memberi dukungan, serta semangat padaku.
4. Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

**LAMPIRAN - LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Indah Harum Rezeki dilahirkan di Bengkulu 11 November 1998, merupakan anak ke tujuh dari delapan bersaudara putri pasangan dari Bapak Kamiluddin dan Ibu Nurjanah.

Adapun jenjang pendidikan yang penulis tempuh yaitu:

1. SD Negeri 01 Hanura, Kabupaten Pesawaran diselesaikan tahun 2010.
2. SMP Negeri 01 Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran diselesaikan tahun 2013.
3. SMA Negeri 01 Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran diselesaikan tahun 2016.
4. Kemudian pada tahun 2016, penulis diterima sebagai mahasiswa IAIN Raden Intan Lampung pada Fakultas Syari'ah Jurusan Mua'amalah.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penjelasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	2
C. Latar Belakang Masalah .....	3
D. Fokus Penelitian .....	7
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Signifikan Penelitian .....	8
H. Metode Penelitian .....	8

### **BAB II LANDASAN TEORI**

<b>A. Kajian Teori.....</b>	<b>15</b>
1. Persaingan Usaha Dalam Islam .....	15
a. Pengertian Persaingan Usaha .....	15
b. Dasar Hukum Persaingan Usaha Dalam Islam .....	23
c. Persaingan Usaha Dalam Ekonomi Islam .....	25
2. Etika Bisnis Dalam Islam .....	28
a. Pengertian Etika Bisnis dalam Islam .....	28
b. Konsep Etika Bisnis Dalam Islam .....	30
c. Tujuan Etika Bisnis Dalam Islam .....	33
<b>B. Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>34</b>



### **BAB III LAPORAN HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Indomaret dan Warung Eceran Di Hanura .....	41
1. Sejarah Berdirinya Indomaret dan Warung Eceran Di Hanura .....	41
2. Visi dan Misi Desa Hanura .....	43
3. Keadaan Geografis Di Desa Hanura .....	43
4. Keadaan Demografis Di Desa Hanura .....	43
B. Praktik Persaingan Usaha Pada Indomaret dan Warung Eceran Di Desa Hanura .....	49

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Praktik Persaingan Antara Pasar Modern dengan Pasar Tradisional yang berada di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran .....	61
B. Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Persaingan Pasar Modern dan Tradisional .....	65

### **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

A. Kesimpulan .....	69
B. Rekomendasi .....	69

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

Lampiran 1	Surat Permohonan Izin Penelitian di Desa Hanura
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian Pemerintah Kabupaten Pesawaran Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Lampiran 3	Surat Bukti Wawancara Pedagang Eceran dan Karyawan Indomaret
Lampiran 4	Daftar Pertanyaan Oleh Pedagang Eceran dan Karyawan Indomaret
Lampiran 5	Blangko Bimbingan Skripsi
Lampiran 6	Daftar Gambar

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Kepala Desa Yang Pernah Menjabat Di Desa Hanura.....	43
2. Jumlah Penduduk Menurut Agama.....	44
3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin .....	44
4. Jumlah Penduduk Menurut Usia.....	44
5. Lulusan Pendidikan Umum.....	45
6. Lulusan Pendidikan Khusus.....	45
7. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencarian .....	46
8. Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan Sebagai Pegawai ...	46
9. Jumlah penduduk Menurut Mata Pencarian Sebagai Wiraswasta .....	46
10. Jumlah penduduk Menurut Mata Pencarian Sebagai Pekerjaan Lainnya .....	47
11. Prasarana Dalam Pendidikan .....	47
12. Prasarana Dalam Keagamaan .....	48
13. Prasarana Dalam Peribadahan.....	48
14. Prasarana Dalam Kesehatan.....	48
15. Prasarana Dalam Ekonomi.....	49
16. Data-Data Pedagang Eceran Yang Penulis Wawancara ....	49
17. Unsur Praktik Persaingan Usaha antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern .....	50

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam pembahasan dan memahami judul penelitian **Analisis Hukum Islam Tentang Persaingan Praktik Usaha Pasar Modern dan Tradisional (Studi Pada Indomaret dan Warung Eceran di Desa Hanura Kabupaten Pesawaran)** terlebih dahulu penulis akan menjelaskan kata istilah yang terkandung dalam judul tersebut. Hal ini juga berguna untuk mengarahkan kepada pengertian yang jelas sesuai dengan yang penulis kehendaki.

Dalam kamus Bahasa Indonesia analisis adalah: “penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan atas bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.”<sup>1</sup>

Hukum Islam adalah “seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah dan Sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia mukallaf yang diakui dan diyakini berlaku dan mengikat semua umat yang beragama Islam”.<sup>2</sup>

Persaingan Usaha ialah “kompetisi yang melibatkan beberapa atau banyak competitor baik antar kelompok usaha hingga perusahaan dalam meraih suatu tujuan yang hendak dicapai”.<sup>3</sup> Persaingan usaha tidak sehat yaitu persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pustaka Grafika, Jakarta, 2003, h. 43

<sup>2</sup> Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid I*, Logos Wacana Ilmu, Jakarta, 1997, h. 5

<sup>3</sup> Bedah masalah, *Majalah Percikan Iman*, no.4 Tahun III April 2002, h. 40

cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.<sup>4</sup>

Pasar modern, pada dasar tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional, namun dalam pasar modern antara penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), akses lebih kecil, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga.<sup>5</sup>

Pasar Tradisional pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.<sup>6</sup> Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun oleh pihak pemerintah, swasta, koperasi, dan swadaya masyarakat. Tempat usahanya dapat berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang menyediakan barang-barang konsumsi sehari-hari masyarakat. Pasar tradisional biasanya dikelola oleh pedagang kecil, menengah, dan koperasi. Proses penjualan dan pembelian dilakukan dengan tawar-menawar. Para pengelolaannya bermodal kecil.

Secara keseluruhan yang dimaksud dengan judul skripsi adalah untuk menganalisis anatar kegiatan yang dilaksanakan oleh pasar modern dibandingkan dengan pasar tradisional, lalu disoroti dari kacamata hukum Islam.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun yang menjadi alasan memilih dan menetapkan judul ini adalah sebagai berikut:

### **1. Alasan Objektif**

Alasan peneliti meneliti masalah yang akan diteliti terkait dengan persaingan usaha. Pada masa saat ini marak

---

<sup>4</sup> Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pasal 1 huruf f

<sup>5</sup> Baso Swasta dan Irawan, *Managemen Pemasaran Modern*, Liberty (Yogyakarta: Delta Khairunnisa) 2002, h. 41

<sup>6</sup> Fahri Hamzah, *Negara, Pasar Dan Rakyat* (Jakarta: Yayasan Faham Indonesia, 2010), h .332



terjadi dan menimbulkan persoalan sekaligus persaingan usaha khususnya pedagang tradisional karna kurangnya kemampuan bersaing dengan pasar modern. Hal ini menarik untuk dikaji berdasarkan hukum persaingan usaha dan prespektif Islam.

## 2. Alasan Subjektif

Judul kajian ini sesuai dengan jurusan yang sedang penulis tempuh di Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung jurusan Hukum Ekonomi Islam, sehingga peneliti melakukan penelitian terhadap penelitian tersebut.

## C. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam kegiatan usaha senafas dengan kegiatan usaha itu sendiri. Pada prinsipnya, setiap orang berhak menjual atau membeli barang atau jasa “apa”, “dengan siapa”, “berapa banyak” serta “bagaimana cara” produksi, inilah apa yang disebut dengan ekonomi pasar. Sejalan dengan itu, perilaku dan struktur pasar terkadang tidak dapat diprediksi. Sehingga pedagang-pedagang kecil menyebabkan sebagian atau beberapa pelaku usaha merugi bahkan usaha mereka mati.<sup>7</sup>

Peluang-peluang usaha yang tercipta selama tiga dasawarsa yang lalu dalam kenyataan belum membuat seluruh masyarakat mampu dan dapat berpartisipasi dalam pembangunan sector ekonomi. Perkembangan usaha swasta selama periode tersebut, disatu sisi diwarnai oleh berbagai bentuk kebijakan pemerintah yang kurang tepat sehingga pasar menjadi terdistorsi di sisi lain, perkembangan usaha swasta dalam kenyataannya sebagai besar merupakan perwujudan dan kondisi persaingan usaha yang tidak sehat.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Kamal Rokan, mustafah. *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012) h.1

<sup>8</sup> Lihat Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Tidak Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Dalam persaingan usaha hendaknya ada komitmen bersama diantara para pesaing terhadap konsep persaingan, yaitu persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing bisnis, namun dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.<sup>9</sup> Pesaing bisnis bukanlah musuh, namun dianggap sebagai *benchmark*. Daya saing harga yang diajarkan oleh Rasulullah yaitu tidak melakukan kecurangan yang nantinya akan merugikan pihak lain seperti sistem *predatory pricing*, serta tidak menjelek-jelekkan barang dagangan pesaing. Pakailah strategi pemasaran yang sehat seperti dengan mengenali pelanggan, melakukan promosi dengan cara baik yaitu tidak melakukan kebohongan untuk menarik minat konsumen, memilih lokasi yang strategis, dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.<sup>10</sup> Baik saat beliau sebagai pedagang maupun sebagai regulator (saat diangkat menjadi khalifah). Hukum Islam secara tegas melarang praktik monopoli, *barrier to entry*, jual rugi, diskriminasi harga dan seterusnya. Norma larangan praktik monopoli telah secara tegas disampaikan oleh Rasulullah Saw. “Barangsiapa melakukan monopoli, maka dia adalah pendosa”. Berdasarkan hadis ini, Yusuf Qardhawi mengatakan bahwa tindakan monopoli adalah haram, dan merupakan penopang kapitalisme. Penopang kapitalisme lainnya adalah riba. Islam menghendaki harga berdasarkan dari hasil pasar sempurna. Namun, lebih lanjut Qardhawi mengatakan, jika terjadi kondisi yang memaksa, maka boleh melakukan monopoli pasar.

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa

---

<sup>9</sup> Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma, *Mengganas Bisnis Islami*, (Jakarta:Gema Insani Press,2002) h. 95

<sup>10</sup> Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : PT. Buku Seru, 2015), h. 26-28.

persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus dijaui.<sup>11</sup>

Sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 188.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى  
الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ  
تَعْلَمُونَ

Artinya: Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.(QS. Al-Baqarah: 188).<sup>12</sup>

Tiap pelaku bisnis akan mampu meningkatkan penjualan tanpa harus merugikan pihak lain. Bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari laba, karena itu, bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas persaingan. Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis maka praktek bisnis harus menjalankan

<sup>11</sup> Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam". Jurnal AL-TIJARY, Vol. 01, No. 01, Desember (2015), h. 38-39.

<sup>12</sup> Departemen Agama RI, *Alhidayah (Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka)*, Tangerang Selatan: Kalim, 2011, h. 30

aktivitas persaingan yang sehat.<sup>13</sup> Sejarah hukum (pengaturan) dalam berusaha telah dinuklukkan dalam Al-Qur'an sekaligus dilakoni oleh Nabi Muhammad Saw.

Awalnya pasar modern masuk ke Indonesia pada tahun 1970, dahulu pasar modern dan pasar tradisional ini melengkapi dari sisi pelaku pasar, kedua jenis industri retail ini (tradisional dan modern) dapat diartikan saling melengkapi bukan merupakan pesaing satu dengan yang lain karena seolah-olah mereka menganggap pasarnya sendiri. Karena pengusaha retail modern target pasar skala ekonomi menengah keatas sedangkan retail tradisional skala menengah kebawah. Tetapi, fenomena ini bertahan hingga tahun 1997 dimana perubahan ini terjadi ketika pemerintah membuka akses untuk mengundang investor asing masuk dengan mengizinkan kepemilikan sampai dengan 100%.<sup>14</sup>

Persaingan yang terjadi di Desa Hanura yaitu pedagang eceran dengan Indomaret. Pedagang eceran dikeluhkan munculnya pasar modern yang sering kita kenal yaitu Indomaret. Membuat pedagang eceran semakin terpuruk bahkan mati karena tergerus keberadaan Indomaret yang menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudian pembayaran, kualitas produk yang lebih baik dan nilai plus lainnya bila dibandingkan dengan apa yang ditawarkan oleh pedagang eceran yang terdapat di Desa Hanura. Terlebih lagi pasar modern atau yang biasa kita kenal yaitu Indomaret membuka tokonya sampai larut malam sehingga persaingan antara pedagang eceran dan Indomaret semakin tidak seimbang.

Fenomena yang demikian telah berkembang dan didukung oleh adanya hubungan yang terkait antara pengambil keputusan dengan para pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga lebih

---

<sup>13</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta:UPP AMP YKPN, 2004), h. 250

<sup>14</sup> Salim Kartono, *5 Jurus Berbisnis Retail di Modern Market*, (Tangerang, TransMedia Pustaka 2007), h. 35



memperburuk keadaan. Penyelenggaraan ekonomi nasional kurang mengacu kepada amanat ketentuan dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945, serta cenderung menunjukkan corak yang sangat monopolistik. Para pengusaha yang dekat dengan elit kekuasaan mendapatkan kemudahan-kemudahan yang berlebihan, sehingga berdampak kepada kesenjangan sosial pada pedagang kecil. Munculnya konglomerasi dan sekelompok kecil pengusaha kuat yang tidak didukung oleh semangat kewirausahaan sejati merupakan salah satu faktor yang mengakibatkan ketahanan ekonomi menjadi sangat rapuh dan tidak mampu bersaing dengan pasar modern. Dalam hal ini pedagang kecilah yang mengalami kerugian.

#### **D. Fokus Penelitian**

Pada penelitian ini, penelitian difokuskan terlebih dahulu sehingga tidak akan terjadi perluasan pembatasan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian. Disini penulis memfokuskan pada permasalahan praktik persaingan usaha pasar modern dan tradisional untuk meneliti permasalahannya peneliti menggunakan metode kualitatif sebagai metode yang cocok karena penelitian ini memerlukan data-data yang bukan terdiri dari angka-angka melainkan literature kepustakaan yang mendukung sebagai data yang sah.

#### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, penulis menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah praktik persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional yang berada di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran?
2. Bagaimanakah pandangan hukum Islam tentang praktik persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional yang berada di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran?

## **F. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini sebagai berikut

1. Untuk mengetahui praktik persaingan antara Pasar Modern dengan Pasar Tradisional yang berada di Desa Hanura.
2. Untuk mengetahui pandangan Hukum Islam terhadap persaingan Pasar Modern dengan Pasar Tradisional di Desa Hanura.

## **G. Signifikasi Penelitian**

Signifikasi atau manfaat penelitian adalah sesuatu yang diharapkan bisa tercapai oleh penulis dalam suatu penelitian. Dalam hal ini manfaat atau kegunaan penelitian dibedakan menjadi dua yakni teoritis dan praktis.

- a. Secara teoritis, peneliti diharapkan mampu memberikan pemahaman terhadap masyarakat mengenai pandangan hukum Islam tentang praktik persaingan pasar modern dengan pasar tradisional, dan diharapkan dapat memperkaya *khazanah* pemikiran pemikiran dan civitas akademik Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Mu'amalah pada umumnya.
- b. Secara praktis penelitian ini bermanfaat untuk :
  - 1) Yang dimaksudkan sebagai suatu syarat untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Hukum UIN Raden Intan Lampung.
  - 2) Sebagai acuan para pedagang atau pengusaha dalam berbisnis dan memasuki persaingan pasar yang sehat dalam dunia perdagangan yakni persaingan yang wajar, adil, dan fair.
  - 3) Untuk kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan hukum ekonomi syariah dimasa yang akan datang khususnya dibidang perdagangan.

## **H. Metode Penelitian**

Metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan. Sedangkan penelitian adalah pemikiran

yang sistematis mengenai berbagai masalah yang pemahamannya memerlukan pengumpulan dan penafsiran fakta-fakta.<sup>15</sup> Sedangkan penelitian itu sendiri merupakan upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta secara sistematis untuk mewujudkan kebenaran.<sup>16</sup> Dalam hal ini, data diperoleh dari penelitian langsung tentang persaingan antara pedagang eceran pada Indomaret.

## 1. Jenis Penelitian dan Sifat

### a. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Yaitu suatu penelitian yang pengumpulan datanya di ambil dari lokasi atau lapangan.<sup>17</sup> Sedangkan penelitian kualitatif adalah bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata lisan dan perilaku mereka yang diamati.<sup>18</sup> Penelitian ini juga menggunakan penelitian pustaka sebagai bahan tambahan dalam menyusun karya ilmiah.

### b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif analisis, yaitu suatu penelitian yang menjelaskan atau menggambarkan secara tepat mengenai sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu dalam proses penyederhanaan data yang amat besar jumlahnya menjadi informasi yang lebih sederhana agar mudah dipahami dengan apa adanya yang terjadi dilapangan. Dalam hal ini peneliti akan mendeskripsikan tentang praktik pada persaingan antara Indomaret dengan pedagang eceran.

---

<sup>15</sup> Cholid Norobuko dan Ahmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1997), h.1

<sup>16</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 28

<sup>17</sup> *Ibid*, h.3

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 35.

## 2. Sumber Data

Sumber adalah subjek darimana data dapat diperoleh.<sup>19</sup> Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

### a. Data Primer,

Data primer adalah data yang diperoleh langsung atau bersumber langsung dari objek penelitian atau responden.<sup>20</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah pelaku-pelaku pedagang eceran dan juga beberapa konsumen yang berada di Desa Hanura Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran.

### b. Data Skunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain.<sup>21</sup> Data sekunder yang dipakai oleh penulis adalah berupa buku, tulisan atau karangan dari pengarang lain yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian. Penulis menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi.

## 3. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah semua individu untuk siapa kenyataan yang diperoleh dari sample itu hendak untuk digeneralisasikan.<sup>22</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang eceran yang berjumlah 18 orang pedagang eceran yang berada di Desa Hanura

---

<sup>19</sup> Nawawi Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1998), h.78

<sup>20</sup> *Ibid.* h. 80.

<sup>21</sup> Susiadi, *Metodologi Penelitian* (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan- LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2015), h. 95.

<sup>22</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research I*, Yayasan Penerbitan Fakultas UGM, Yogyakarta, 1986, h.70

dan pasar Kecamatan Teluk Pandan yang terkait dalam permasalahan di dalam skripsi ini.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki pada populasi.<sup>23</sup> Sampel yang penulis gunakan diambil dengan tehnik *purposive sampling* yakni teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang terfokus pada tujuan tertentu.<sup>24</sup> Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah beberapa pedagang eceran yang ada di Desa Hanura Kecamatan Teluk Pandan

#### 4. Metodologi Pengumpulan Data

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam suatu penelitian yang berlangsung secara lisan, dilakukan oleh dua orang atau lebih, bertatap muka, mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan yang ingin didapatkan sebagai jawaban dari sebuah pertanyaan dalam suatu penelitian.<sup>25</sup> Adapun yang diwawancarai dalam penelitian ini yaitu pihak para pihak pedagang eceran yang berada di Desa Hanura Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang faktual, menarik dan menimba kepribadian individu atau untuk tujuan-tujuan koenseling (penyuluhan) lainnya.

---

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung : Erlangga, 2011) h. 70.

<sup>24</sup> Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta:2007) h.86

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 83.

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian menggunakan pengamatan.<sup>26</sup> Hal tersebut dilakukan dengan cara memilih, mencatat, dan melakukan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan kegiatan observasi, dan sesuai dengan masalah yang diteliti.<sup>27</sup>

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu cara dalam mencari hal-hal atau *variable* yang berkaitan dengan buku, catatan, surat kabar, agenda, dan sebagainya. Metode digunakan terkhusus dalam mendapatkan dan mengenai demografi dan geografis masyarakat Desa Hanura Kecamatan Teluk Pandan.

## 5. Teknik Pengolahan Data

a. Editing

Editing yaitu suatu bentuk kegiatan untuk memeriksa kelengkapan data yang telah dikumpulkan atau suatu kegiatan untuk mengadakan pemeriksaan kembali apakah data yang terkumpul sudah cukup lengkap, benar atau sudah relevan dengan data yang diperoleh dari studi *literature* yang berhubungan dengan penelitian maupun data dari lapangan.<sup>28</sup>

b. Sistematika Data

Yaitu bertujuan untuk merapikan dan menempatkan data-data yang telah diperoleh dalam suatu kerangka sistematika penulisan, dengan cara melakukan pengelompokan data, yang telah di edit dan kemudian diberi tanda menurut kategori-kategori dan urutan masalah.

---

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 102

<sup>27</sup> *Ibid*, h.108.

<sup>28</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka- Cipta, 1993), h. 82.

## 6. Metode Analisis Data

Setelah data-data terkumpul kemudian diolah secara sistematis sesuai dengan sasaran permasalahan, sekaligus dianalisis secara kualitatif berupa kata-kata, tulisan atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat dimengerti.<sup>29</sup> Adapun pendekatan berpikir menggunakan:

### a. Metode berpikir deduktif

Metode berpikir deduktif adalah:“ suatu penelitian dimana orang berangkat dari pengetahuan yang sifatnya umum, dan bertitik tolak dari pengetahuan yang sifatnya umum, dan bertitik tolak dari pengetahuan yang umum, kita hendak menilai suatu kejadian yang khusus.<sup>30</sup> Hubungan dengan skripsi ini, metode deduktif digunakan pada saat penulis mengumpulkan data dari perpustakaan secara umum, dari berbagai kitab-kitab fiqh, hadist dan sebagainya, tentang suatu konsep, teori ataupun pendapat tentang persaingan usaha lalu diambil secara khusus sampai pada suatu titik temu kebenaran atau kepastian.

### b. Metode berpikir induktif

Induktif yaitu cara berpikir berangkat dari fakta-fakta, peristiwa yang konkrit, kemudian dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit tersebut ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.<sup>31</sup> Maksud dari metode ini yaitu suatu cara menganalisa data-data yang ada dari lapangan baik berupa fakta, peristiwa atau khusus yang konkrit terjadi (benar terjadi). Metode ini digunakan untuk mengetengahkan data-data mengenai persaingan usaha yang terjadi di Desa Hanura Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran.

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, h.42

<sup>30</sup> Jiko Subagio, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 41

<sup>31</sup> *Ibid*, h. 7.





## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Pengertian Usaha Dalam Islam

###### a. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat, memperoleh pesanan dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.<sup>1</sup> Menurut **Arie Siswanto** yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha (*competition law*) adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan.<sup>2</sup>

Persaingan dalam dunia usaha adalah cara yang efektif untuk mencapai pendayagunaan sumber daya secara optimal. Rivalitas akan cenderung menekan ongkos-ongkos produksi sehingga harga menjadi lebih rendah serta kualitasnya semakin meningkat. Bahkan lebih dari itu persaingan dapat menjadi landasan fundamental bagi kinerja di atas rata-rata untuk jangka waktu panjang dan waktu panjang dan dinamikanya keunggulan bersaing yang lestari (*sustainable competitive advantage*) yang dapat diperoleh melalui tiga strategi generik, yakni keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus biaya.<sup>10</sup>

---

<sup>1</sup> B.N Maribun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), h. 276

<sup>2</sup> Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h.2

Harga atau tawaran pesaing yaitu untuk memahami dalam menentukan suatu harga setelah adanya keputusan harga yang diberlakukan.<sup>3</sup> Jika ingin memenangkan suatu persaingan dalam harga dengan produk yang kompetitif. Harga adalah suatu akibat dari penilaian yang diberikan oleh penjual kepada pembeli terhadap barang yang akan dijual.<sup>4</sup> Harga merupakan suatu aspek penting dalam kegiatan *marketingmix*. Harga diartikan sebagai sejumlah uang yang ditukarkan untuk membeli barang atau jasa.<sup>5</sup> Seperti hadist (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tarmidzi)

“Sesungguhnya Allahlah zat yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”.

Diskon menurut Carthy yang dikutip oleh Arif Isnaini, diskon yaitu suatu pengurangan dari harga daftar yang telah ditetapkan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan suatu fungsi dalam pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri. Potongan harga dapat menjadi suatu alat yang bermanfaat dalam perencanaan suatu strategi pemasaran.<sup>6</sup> Menurut Sigit yang dikutip oleh Arif Isnaini adalah suatu potongan atau pengurangan harga yang telah ditetapkan oleh penjual.<sup>7</sup> Soemarsono juga menjelaskan bahwa potongan dalam penjualan atau

---

<sup>3</sup> Husein Umar, *Study Kelayanan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), Ed.3, h.71.

<sup>4</sup> Lili M. Sadeli, Manan Ukas, *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Ed.1, Cet.2, h.2.

<sup>5</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), Ed.1, h.260-261.

<sup>6</sup> Arif Isnaini, *Model dan Strategi Pemasaran*, (Makasar: NTP Press, 2005), h.89.

<sup>7</sup> *Ibid*, h. 90

penjual secara tunai atau disebut *cash discount* yaitu suatu potongan harga yang diberikan apabila pembayaran dilakukan lebih cepat dari jangka waktu yang telah ditetapkan dalam kredit.

Dijelaskan lagi oleh Simamora “potongan penjual tersebut adalah potongan tunai *cash discount* yang ditawarkan kepada para pelanggan yang membeli barang-barang dagangan secara kredit.<sup>8</sup> Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat diperoleh pengertian di atas maka diperoleh pengertian bahwa diskon adalah potongan harga yang diberikan kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan yang biasanya merupakan strategi dalam pemasaran atau dalam promosi. Sistem diskon juga sering digunakan oleh penjual dalam meningkatkan penjualannya karena dengan adanya diskon atau potongan harga sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.<sup>9</sup>

Diskon atau potongan harga yaitu yang digunakan dalam strategi pemasaran yang diadakan oleh penjual dengan adanya potongan harga pembeli tertarik untuk membeli dalam jangka besar. Manfaat yang didapatkan oleh penjual adalah penjualan dalam jumlah banyak akan mengurangi biaya produksi tiap unitnya. Manfaat bagi pembeli yaitu akan mengurangi biaya pesan dan pembayaran harga satuan lebih rendah dari harga biasanya, tetapi kerugian yang ditimbulkan adalah membengkaknya biaya penyimpanan karena pemasaran yang lebih besar akan meningkatkan inventory. Penawaran diskon mempunyai efek yang positif terhadap persepsi

---

<sup>8</sup> Soemarsono, *Akutansi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), h.162.

<sup>9</sup> Henry Simamora, *Akutansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat), h.154.

konsumen dalam konteks hubungan antara nilai produk dengan penawaran.

Pada teori *transaction utility* disebutkan ada dua tipe suatu nilai dapat dihasilkan melalui diskon harga. *Pertama*, diskon dapat menghasilkan *acquisition utility* atau nilai standar yang ekonomi dengan cara menurunkan jumlah uang yang harus dibayarkan dan konsumen tetap mendapatkan keuntungan yang sama dari produk. *Kedua*, diskon dapat menimbulkan *transaction utility* konsumen akan membandingkan harga yang telah di diskon dengan *reference price* yang dimiliki sebelumnya.<sup>10</sup> Sistem diskon dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, harga yang ditawarkan berkurang dari harga yang telah ditetapkan. Besar diskon dihitung atau dinyatakan dalam bentuk persentase.<sup>11</sup>

a. Faktor Terjadinya Diskon

Beberapa faktor yang menyebabkan perusahaan memberikan potongan harga kepada produk yang dijualnya. Menurut Bukhari Alma ada beberapa yang menyebabkan terjadinya suatu diskon kepada pembeli, yaitu:

- a. Pembeli lebih cepat membayar dari waktu yang telah ditentukan.
- b. Pembeli, membeli suatu produk dalam jumlah besar.
- c. Adanya perbedaan timbangan.

---

<sup>10</sup> Dessi Kusumawardani, *Meminimasi Total Biaya Persediaan Produk Sprite 295 MI dengan Mempertimbangkan Adanya All Unit Diskon*, Skripsi Sarja (Yogyakarta: Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, 2011), h.13.

<sup>11</sup> Redaksi Wahyu Media, *Super Referensi Rumus Fisika & Matematika SMP* (Jakarta: Penerbit Wahyu Media, 2008), h.206.

Sedangkan menurut Djasmin Saladinada ada beberapa alasan suatu perusahaan memprakarsai adanya suatu pemotongan harga, yaitu:<sup>12</sup>

- a. Kelebihan kapasitas
- b. Merosotnya bagian pasar akibat makin ketatnya persaingan
- c. Untuk mengunggulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah.

Menurut Anne Ahira, dalam penerapannya strategi pemotongan harga tidak dilakukan secara serampangan atau pada sembarang kondisi. Dalam hal ini Anne Ahira memberikan suatu langkah atau kebijakan yang menyangkut beberapa kondisi, yaitu:

- a. Produk Melimpah

Strategi diskon diterapkan apabila jumlah dalam suatu produksi yang tersedia cukup melimpah atau melebihi jumlah permintaan yang ada di pasaran, karena itu langkah supaya stok produk yang besar tidak macet atau justru menumpuk dan memenuhi gudang. Hukum ekonomi menyebutkan bahwa besarnya supply yang tidak diiringi dengan peningkatan demand akan mendorong terjadinya penurunan harga.

- b. Rendahnya Permintaan Pasar

Kondisi seperti ini menimbulkan rendahnya tingkat konsumsi masyarakat akibat rendahnya suatu pendapatan ataupun terjadinya krisis ekonomi sehingga terjadinya *sector rill*. Seperti halnya dengan adanya hukum ekonomi, rendahnya demand atau permintaan pasar terhadap produk akan mendorong terjadinya suatu pemicu dalam penurunan harga. Kondisi seperti ini penurunan harga merupakan konsekuensi logis dari kondisi pasar yang ada. Pengertian diskon sebagai langkah menurunkan harga merupakan keharusan yang dilakukan pengusaha agar tetap bertahan, bukan suatu strategi bisnis. Ketika suatu

---

<sup>12</sup> Bukhari Alma, *Manajemen Pemassaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2000), h.132.

diskon diberikan kepada konsumen dengan cara memberikan trik promosi yang memikat sehingga berhasil mengkondisikan pasar sekaligus untuk menarik konsumen untuk membeli, itu baru bisa disebut strategi bisnis yang cukup baik.<sup>13</sup>

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006:33). Banyak perusahaan yang sangat memperhatikan pembungkus suatu barang sebab mereka menganggap bahwa fungsi kemasan tidak hanya sebagai pembungkus, tetapi jauh lebih luas dari pada itu. Simamora (2007) mengemukakan pengemasan mempunyai dua fungsi yaitu: Berkenaan dengan proteksi produk, perbedaan iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi yang semua berimbas pada pengemasan. Dengan pengemasan protektif, para konsumen tidak perlu harus menanggung risiko pembelian produk rusak atau cacat. Peran kemasan pada umumnya dibatasi pada perlindungan produk. Namun kemasan juga digunakan sebagai sarana menyangkut promosi perusahaan mempertimbangkan preferensi konsumen menyangkut warna, ukuran, dan penampilan.<sup>14</sup>

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa:

---

<sup>13</sup> <https://www.Ane Ahira, Menyorot Pengertian Diskon dan Strategi Bisnis.html>. Di akses pada tanggal 04 Desember 2019 pukul 11.09.

<sup>14</sup> <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html> di akses pada tanggal 7 Desember 2019 Pukul 09.39 WIB.

- 1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.
- 2) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:
  - a) Suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan; atau
  - b) Suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku.

Melihat rumusan pasal tersebut berarti larangan ini bersifat *per se* yang tidak mengharuskan melihat implikasi atau adanya hambatan persaingan usaha. Perjanjian penetapan harga dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disebabkan penetapan harga bersama-sama akan menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari adanya tawaran dan permintaan. Pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya.<sup>15</sup> Selain itu, pihak yang melakukan perjanjian harus saling bersaing, berarti pelaku usaha tersebut berada pada pasar bersangkutan faktual yang sama baik secara vertikal maupun horizontal. Perjanjian ini dapat dilakukan dengan tertulis ataupun lisan.

Perjanjian penetapan harga dikecualikan dalam 3 (tiga) hal, yaitu:

- 1) Perjanjian harga yang diizinkan.  
Seperti penetapan harga yang dilaukan oleh pemerintah. Contoh kasus, sewaktu perusahaan penerbangan di dalam negeri terlibat perang harga yang sebetulnya menguntungkan konsumen, tindakan yang diambil pemerintah adalah mendamaikan perusahaan

---

<sup>15</sup> Lihat Pasal 1 angka 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

penerbangan dengan jalan menentukan harga yang harus dipatuhi oleh semua perusahaan penerbangan.

- 2) Perjanjian harga yang dibuat dalam *join venture*.<sup>16</sup> Sebenarnya tidak jelas yang dimaksud dengan *join venture* dalam undang-undang ini sehingga *join venture* di sini dapat diartikan penggabungan usaha tertentu dari ketentuan Pasal 5 ayat 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Perjanjian langsung.

Persaingan merupakan kondisi real yang dihadapi setiap orang di masa sekarang. Kompetisi dan persaingan tersebut bila dihadapi secara positif atau negatif, bergantung pada sikap dan mental persepsi kita dalam memaknai persaingan tersebut. Hampir tiada hal yang tanpa kompetisi/persaingan, seperti halnya kompetisi dalam berprestasi, dunia usaha bahkan dalam proses belajar. Persaingan merupakan semacam upaya untuk mendukung posisi yang lebih tinggi di dalam dunia usaha. Jumlah pesaing cukup banyak dan seimbang, persaingan akan tinggi sekali karena masing-masing perusahaan memiliki sumber daya yang relatif sama. Jumlah pesaing sama tetapi terdapat perbedaan sumber daya, maka terlihat sekali mana yang akan menjadi market leader, dan perusahaan mana yang merupakan pengikut.<sup>17</sup> Motivasi utama dalam kegiatan bisnis adalah laba yang didefinisikan sebagai perbedaan antara penghasilan dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Dalam kegiatan bisnis mereka harus bisa menghadapi persaingan usaha yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Oleh karena itu diperlukan kekuatan-kekuatan atau daya saing sebagaimana

---

<sup>16</sup> Lihat Pasal 5 ayat 2 huruf a Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>17</sup> Jopie Jusuf, *Analisis Kredit untuk Account Officer* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 260.



disebutkan oleh Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, antara lain:<sup>18</sup>

- a) Daya saing produk-produk yang akan ditawarkan harus kualitasnya bisa bersaing dengan baik.
- b) Daya saing harga tidak mungkin memenangkan persaingan jika produk-produk yang dimiliki sangat mahal harganya.
- c) Daya saing marketing dunia marketing berbicara masalah pasar maka hal yang terpenting adalah bagaimana menarik konsumen untuk membeli barang-barang yang telah diproduksi.
- d) Daya saing jaringan kerja (*networking*) suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan akan kalah jika ,bermain sendiri dalam hal ini bermakna tidak melakukan kerjasama, koordinasi dan sinergi dengan lembaga-lembaga bisnis lainnya di berbagai bidang.

#### **b. Dasar Hukum Persaingan Usaha Dalam Islam**

##### **a. Al-Qur'an**

Q.S An-Nissa [4] ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu

---

<sup>18</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah dalam Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, Cet I, 2002), h. 44.

membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>19</sup>

Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan (jual-beli). Dalam ayat ini Allah Swt mengharamkan orang beriman untuk memakan, menggunakan, memanfaatkan harta orang lain dengan jalan yang batil (secara yang dilarang oleh syariah). Transaksi yang dilaksanakan manusia hendaknya melalui jalan perdagangan dengan azas saling ridho antar pihak yang bertransaksi. Selain itu Allah Swt, juga melarang tindakan membunuh (membunuh diri sendiri dan membunuh orang lain) Allah Swt menjelaskan semua ini sebagai bentuk kasih dan sayang kepada hamba-hamba-Nya, karena Allah maha pengasih lagi maha penyayang.

Q.S Al-Mulk [67] ayat 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا  
وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.<sup>20</sup>

Keyakinan bahwa rezeki sudah ditentukan oleh Allah SWT menjadikan suatu kekuatan bagi para pembisnis muslim. Keyakinan tersebut menjadi suatu landasan sikap tawakal yang kuat dalam berbisnis. Selama dalam berbisnis, senantiasa menyadari segala sesuatu hanya kepada Ridha Allah. Bisnis tidak selamanya berada dipuncak keberhasilan jika mengalami kegagalan dalam

<sup>19</sup> *Ibid*, h. 84.

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 564.

bersaing, berusaha dan sabar. Segala keadaan hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan.<sup>21</sup>

b. Hadist

Pada masa Nabi, harga barang pernah mengalami kenaikan yang sangat tinggi, lalu mereka berkata: Wahai Rasulullah, andai saja engkau yang menentukan harga. Maka beliau pun bersabda:

“Sesungguhnya Allahlah yang menyempitkan dan melapangkan rizki, pemberi rizki sekaligus pemberi harga. Dan sesungguhnya aku sangat berharap bisa menemui Allah dan tidak ada seorang pun menuntutku atas suatu kezaliman yang pernah aku perbuat kepadanya, baik itu menyangkut darah maupun harta” (HR. Ahmad).

c. Persaingan Usaha Dalam Islam

Islam sebagai suatu sumber sistem hidup (*way of life*) dan manusia adalah khalifah dimuka bumi, Islam memandang bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang khalifah agar digunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Untuk mencapai tujuan suci ini, Allah memberikan perumusan melalui Rosul-Nya. Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia baik aqidah, akhlak maupun syariah. Dua komponen pertama, aqidah dan akhlak bersifat konstan, keduanya tidak mengalami perubahan apapun dengan berbedanya waktu dan tempat. Adapun syariah senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan taraf peradaban umat yang berbeda-beda sesuai dengan masa rosul masing-masing.<sup>22</sup>

Persaingan usaha dalam ajaran Islam dalam semua hubungan kepercayaan adalah unsur dasar. Kepercayaan

---

<sup>21</sup> <http://windasirumoea.wordpress.com/2012/10/10/persaingan-bisnis-sesuai-syariah/>. Artikel diakses 5 Desember 2019 Pukul 13.07 WIB.

<sup>22</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insai Press, 2001) h. 34

diciptakan dari kejujuran, kejujuran adalah suatu kualitas yang paling sulit dari karakter untuk dicapai di dalam bisnis, keluarga, atau dimanapun tempat orang-orang berminat untuk melakukan persaingan dengan pihak-pihak lain. Selagi kita muda kita diajarkan, di dalam tiap-tiap kasus ada kebijakan atau hikmah yang terbaik. Bisnis mempunyai satu misi yang terkait dengan rencanarencana. Kita mengarahkan energi dan sumber daya kita ke arah tujuan keberhasilan misi kita yang kita kembangkan sepanjang perjanjian-perjanjian.

Pemberi kerja tergantung pada karyawan, pelanggan tergantung pada penyalur, bank-bank tergantung pada peminjam dan pada setiap pelaku atau para pihak sekarang tergantung pada para pihak terdahulu dan ini akan berlangsung secara terus menerus. Oleh karena itu kita menemukan bahwa bisnis yang berhasil dalam masa yang panjang akan cenderung untuk membangun semua hubungan atau mutu, kejujuran dan kepercayaan dan inilah yang menjadi salah satu kunci sukses Rosulullah dalam berbisnis. Bisnis kepercayaan sangat penting artinya. Tanpa disadari atas rasa saling percaya, maka transaksi bisnis tidak akan bisa terlaksana. Akan tetapi, dalam dunia bisnis juga kita dilarang untuk terlalu cepat percaya pada oranglain, karena hal itu rawan terhadap penipuan. Maka, kita dianjurkan untuk melihat *track record* lawan bisnis kita sebelumnya. Dalam ajaran Islam, setiap muslim yang ingin berbisnis maka dianjurkan untuk selalu melakukan persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil.<sup>23</sup>

a) Melakukan persaingan yang sehat

Baik itu dalam bentuk tidak diperbolehkan nawar barang yang sedang ditawarkan oleh orang lain, tidak diperbolehkan membeli barang pedagang yang dari kampung yang belum tahu harga pasar, tidak diperbolehkan pura-pura nawar barang dengan harga

---

<sup>23</sup>Adhiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) h. 44

tinggi untuk mengelabui pembeli yang lain. Hal ini berpedoman pada firman Allah pada ayat berikut : (Q.S Al-Baqarah [2] ayat 188).

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ

لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.<sup>24</sup>

Selain itu juga, berbeda dengan sistem kapitalisme dan komunisme yang melarang terjadinya monopoli ataupun monopsoni, di dalam ajaran Islam siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual atau pembeli, asalkan dia tidak melakukan ikhtikar yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

b) Kejujuran

Sebagaimana dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. Ketika kita memiliki sifat jujur, maka orang lain akan menaruh kepercayaan pada kita dan dia tidak perlu khawatir berbisnis dengan kita. Banyak sekali orang yang berhasil dalam dunia bisnis karena sifat jujur yang mereka miliki. Hal ini berpedoman pada firman Allah berikut ini: (Q.S Al-Ahzab [33] ayat 70).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

<sup>24</sup> Ibid, h. 76.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”.<sup>25</sup>

c). keterbukaan

Pada zaman sekarang ini, ketika manusia yang satu dengan manusia yang lain sulit sekali saling percaya, apalagi dalam masalah yang berkaitan dengan keuangan, maka setiap usaha yang ini menjalin kerjasama dituntut untuk terbuka. Terbuka dalam arti bahwa memiliki laporan keuangan yang jelas atas usaha yang dimiliki dimana laporan keuangan tersebut bisa diaudit oleh pihakpihak terkait dan sifatnya terbuka inilah yang merupakan salah satu kunci sukses keberhasilan Rasulullah dalam berbisnis menjual barang-barang dagang khodijah.

d). Keadilan

Salah satu bentuk sederhana dalam berbisnis yang berkaitan dengan keadilan adalah tidak menambah atau mengurangi berat timbangan dalam jual-beli. Hal ini berpedoman pada firman Allah berikut: (Q.S Al-Isra [17] ayat 35)

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ

خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

**Artinya:** Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.<sup>26</sup>

## 2. Etika Bisnis Dalam Islam

### a. Pengertian Etika Bisnis Dalam Islam

Ketetapan ‘boleh’ dan ‘tidak’ tersebut berlanjut dan dilanjutkan oleh para nabi-nabi yang diutus oleh Allah kemudian termasuk Nabi Ibrahim, Musa, Isa dan

<sup>25</sup> *Ibid*, h.428.

<sup>26</sup> *Ibid*, h.286.

Muhammad. Mereka diutus untuk merealisasikan ketentuan sang Pencipta dalam seperangkat regulasi agar dapat mengarahkan manusia hidup bahagia di dunia. Tata nilai itu diletakkan sebagai regulator kehidupan guna mencegah kerusakan yang ditimbulkan oleh tingkah laku manusia yang cenderung egoistis dan liar. Tata nilai inilah yang disebut dengan etika.<sup>27</sup> Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan seorang muslim memiliki harta kekayaan. Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki. Allah berfirman dalam (QS. Al-Baqarah [2] ayat 188).

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ  
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui. QS: Al-Baqarah 2:188.<sup>28</sup>

Bisnis Islam dikendalikan oleh aturan halal dan haram, baik dari cara perolehan, maupun pemanfaatan harta. Dengan karakter yang dimiliki bisnis Islami hanya akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang islami pula. Berbeda sama sekali dengan bisnis non Islami yang berlandaskan asas skularisme yang bersendikan pada nilai-nilai material, bisnis

---

<sup>27</sup> Badroen Faisal, *et.al*, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), h. 2

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 30

non Islam tidak memperhatikan aturan halal haram dalam setiap perencanaan, dan pelaksanaan, serta segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standard untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya, etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan. Etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.<sup>29</sup>

#### **b. Konsep Etika Bisnis dalam Islam**

Rosulullah Saw. Sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis.

Etika bisnis yang ditunjukkan oleh Rasulullah Saw. yaitu:<sup>30</sup>

##### **1) Kejujuran**

Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Dalam hal ini kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan, dan merupakan unsur persaudaraan. Kejujuran dalam pelaksanaan control terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya seorang pembisnis wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas. Tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Dalam Al-Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam berdagang, berniaga dan atau jual beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas yang anatara lain kejujuran.

##### **2) Tolong menolong (Ta'awun)**

---

<sup>29</sup> Aziz Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 20.

<sup>30</sup> Veithzal Revai, *Islamic Business and Economic Ethich*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.275



Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi pada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implikasi kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari keuntungan semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang. Dalam Al-Quran Allah berfirman pada (QS. At-taubah [9] ayat 71):

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ  
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ  
وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۚ أُولَٰئِكَ  
سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٧١﴾

Artinya: Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebagian yang lain, Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah, sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.<sup>31</sup>

### 3) Tidak bersumpah palsu

Nabi Muhammad saw. sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus didasari, bahwa

---

<sup>31</sup> *Ibid*, h.199.

meskipun keuntungan diperoleh tapi hasilnya tidak berhak.

4) Ramah tamah

Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Saw. bersabda, “Allah akan merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis” (HR.Bukhari dan Tarmizi).<sup>32</sup>

5) Tidak boleh melakukan Ikhtikar.

Ikhtikar ialah menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh. Rosulullah Saw. melarang keras perilaku bisnis semacam itu. Takaran, ukuran, timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar benar diutamakan.<sup>33</sup> Firman Allah SWT dalam (QS Al-Israa [17] ayat 35)

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوهَا بِالْقِسْطِ أَلَمْ تَسْتَقِيمَ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.<sup>34</sup>

6) Tidak Monopoli

Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah meligitimasi monopoli dan aligopoli. Contoh sederhana ialah eksploitasi individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara, beserta tanah, dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Ini dilarang dalam Islam.

<sup>32</sup> *Ibid*, h. 40

<sup>33</sup> *Ibid*, h.41

<sup>34</sup> *Ibid*, h. 286.

Tidak melakukan riba dalam Firman Allah SWT dalam (QS. Al-Baqarah [2] ayat 278).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا

إِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ

**Artinya:** Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.<sup>35</sup>

#### d. Tujuan Etika Binis Islam

Al-quran maupun hadits Nabi Muhammad yang dijadikan sumber etika dalam melakukan transaksi bisnis telah memberikan penjelasan tentang beberapa tujuan etika berbisnis menurut Islam yaitu:

- a) Mengutamakan ketuhanan (mencari kehidupan akhirat)  
Maksud tujuan pertama kali dari etika bisnis Islam adalah berbakti kepada Allah Swt, oleh sebab itu didalam berjuang mencari rezeki dan membangun bisnis kita harus mengutamakan ketuhanan, tujuan ini harus dijadikan lambang bisnisnya dan tujuan akhir dari hasil-hasil bisnisnya serta menjadi dasar didalam taktik dan strategi perjuangannya.<sup>36</sup> Untuk menempuh hidup yang abadi, masing-masing harta menyiapkan bekal, dan sebaik-baiknya bekal adalah taqwa atau berbakti kepada Allah Swt sebab itu didalam berjuang mencari rizki dan membangun perekonomian, harus selalu mengingat tujuan akhir yaitu mengutamakan ke Tuhanan.
- b) Memperjuangkan kebutuhan hidup duniawi  
Tujuan kedua Islam menegaskan bahwa ekonomi haruslah ditujukan kepada perjuangan nasib Islam

<sup>35</sup> *Ibid*, h. 32

<sup>36</sup> Zainal Abidin Ahmad, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang 2000), h. 153

mengajarkan agar setiap hambanya berjuang di lapangan perekonomian dengan segala jalan yang terbuka baginya. Islam mengakui adanya motif ekonomi dalam diri manusia, tetapi dengan tegas Allah memberi batasan bahwa semangat ekonomi itu jangan sampai menimbulkan nafsu serakah yang jahat, dengan dibatasi di lingkungan perjuangan untuk nasib. Janganlah dilupakan bagian nasibmu di dunia, adalah mengandung pengertian bahwa hak milik yang timbul karena usaha ekonomi menjadi hak milik perseorangan haruslah dalam batas-batas dalam lingkungan “bagian nasibmu” tidak bermegah-megahan dan tidak untuk kemewahan diri sendiri dengan melupakan kepentingan masyarakat umumnya.

c) Berbuat baik kepada masyarakat

Sebagai tujuan yang ketiga dari ekonomi Islam adalah membuat sebanyak-banyaknya kebaikan kepada masyarakat umumnya, kepada masing-masing orang dari anggota masyarakat itu khususnya, sebagian orang yang mempercayai dan mengikuti ajaran Allah, maka umat Islam haruslah berpedoman senantiasa kepada sifat kebaikan yang tidak terhingga kepada akhlak Tuhan.<sup>37</sup>

d) Suatu kondisi perasaan seseorang yang merasa nyaman berdasarkan masing-masing individu.

Kenyaman yaitu keadaan terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual akibat beberapa faktor kondisi lingkungan. Tujuan dari kenyamanan untuk dapat menarik pelanggan.<sup>38</sup>

## B. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari plagiarisme atau kesamaan, maka berikut ini peneliti akan menyampaikan beberapa hasil

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, h .154

<sup>38</sup> <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kenyamanan> diakses pada 8-Desember-2019.

penelitian yang sebelumnya memiliki relevansi dengan penelitian yang penulis teliti, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, Skripsi yang berjudul : **Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Kartel Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Kartel** merupakan perjanjian oleh para pelaku usaha yang membuat perjanjian dengan pelaku usaha saingannya yang bermaksud mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Penelitian ini mengangkat rumusan masalah 1) Bagaimana sistem kartel dalam perdagangan menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat? 2) Bagaimana Analisis hukum Islam terhadap sistem kartel dalam perdagangan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui Bagaimana sistem kartel dalam perdagangan menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ? 2) Bagaimana Analisis hukum Islam terhadap sistem kartel dalam perdagangan ?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif jenis penelitian yang digunakan oleh penyusun adalah penelitian pustaka (*library research*), penelitian ini bersifat deskriptik analitik, dengan menggunakan pendekatan yuridis normative, sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer, sumber data sekunder dan sumber data tersier. Berdasarkan hasil analisis tersebut telah diperoleh kesimpulan bahwa 1) Kartel dalam perdagangan menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu pelaku

usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha saingannya, yang mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. 2) Dalam perspektif hukum Islam kartel merupakan suatu praktek usaha yang bertentangan dengan fiqh muamalah, dimana dalam hal ini kartel merupakan salah satu bentuk perjanjian atau perserikatan antar pelaku usaha dalam rangka memperoleh market power dengan mengatur harga produk tertentu dengan cara membatasi ketersediaan barang di pasar yang bertujuan untuk mendistorsi pasar sehingga dapat mengakibatkan persaingan tidak sempurna.

Kedua, Skripsi yang berjudul: **Tinjauan Hukum Islam Tentang Persaingan Usaha Beda Harga**. Jual beli yang ada di Pasar Bambu Kuning, khususnya jual beli buah merupakan kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh para pedagang buah dengan berbagai khususnya jual beli buah merupakan, kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh para pedagang buah dengan berbagai macam buah-buahan yang berbeda-beda, disebabkan oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi harga jualan yang ditentukan pedagang dengan pedagang lainnya, dari permasalahan diatas peneliti merumuskan permasalahan, yaitu: 1) Faktor apa yang menyebabkan perbedaan harga buah dalam perspektif hukum Islam di Pasar Bambu Kuning. 2) Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap perbedaan harga buah di Pasar Bambu Kuning. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut telah diperoleh suatu kesimpulan:

- 1) Perbedaan Harga dalam jual beli buah-buahan di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung adalah berdasarkan harga yang berlaku di pasaran dan harga yang berlaku saat itu juga, beberapa faktor yang membedakan harga, dari kualitas harga, kualitas buah, lokasi dagang pedagang, pengaruh kenaikan BBM, kenaikan pupuk dapat

mempengaruhi beda harga yang dijual belikan para pedagang buah di Pasar Bambu Kuning. 2) Tinjauan hukum Islam tentang perbedaan harga dalam jual beli buah-buahan di Pasar Bambu Kuning di Bandar Lampung adalah diperbolehkan (*mubah*), karena telah sesuai dengan konsep jual beli dalam Islam dimana terpenuhinya syarat-syarat dalam penentuan harga yaitu sesuai dengan prinsip-prinsip jual beli dalam Islam dan mekanisme pasar dalam Islam serta sesuai dengan konsep harga yang adil dalam Islam. Proses jual beli yang dilakukan juga telah memenuhi rukun dan syarat dalam Islam., sehingga jual beli ini hukumnya sah.

Ketiga, Skripsi yang berjudul: **Anlisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam.** Pasar Kenali yang terletak di Kecamatan Belalau dengan pedagang yang mayoritas beragama Islam. Meskipun demikian, adanya persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan, bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya. Rumusan masalah yang diangkat yaitu: 1) Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku para pedagang di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat. 2) Tujuan untuk mengetahui persaingan usaha di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat dan untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap para pelaku pedagang di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat. Metode peneliti yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan melakukan studi lapangan (*field research*). Objek penelitian ini adalah para pedagang yang terdapat di pasar Kenali, Kecamatan Belalau. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa

observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang cenderung bersifat deduktif. Hasil kesimpulan menunjukkan bahwa persaingan usaha di pasar Kenali meliputi lima aspek yaitu produk, harga, tempat, pelayanan, dan purna jual. Dari dua puluh responden, delapan belas diantaranya telah menjalankan etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kejujuran, kehendak bebas, dan tanggung jawab sosial. Dua diantaranya dua puluh responden tersebut tidak menjalankan prinsip kejujuran yang dapat merugikan pembeli dengan menyembunyikan cacat barang sehingga pembeli tidak memperoleh kualitas barang yang baik.

Berdasarkan skripsi yang telah penulis jabarkan terdapat perbedaan dari skripsi-skripsi diatas sebagai rujukan tinjauan pustaka terdapat perbedaan dalam skripsi penulis seperti rumusan masalah dan kesimpulan. Rumusan yang penulis angkat dalam skripsi penulis yang berjudul: **Analisis Hukum Islam Tentang Praktik Persaingan Usaha Pada Pasar Modern dan Tradisional (Studi pada Indomaret dan warung eceran di Desa Hanura Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran)**. 1) Bagaimana praktik persaingan usaha antara pasar modern dengan pasar tradisional yang berada di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran? 2) Bagaimanakah pandangan hukum Islam tentang praktik persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional yang berada di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran. Hasil kesimpulan menunjukkan bahwa unsur praktik persaingan usaha yang dilakukan oleh Indomaret dengan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh pihak Indomaret membuat konsumen lebih tertarik berbelanja di Indomaret dibandingkan dengan warung eceran. Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh warung eceran tidak mampu bersaing dengan Indomaret dan membuat



konsumen lebih tertarik berbelanja di Indomaret dibandingkan berbelanja di warung eceran. Tinjauan hukum Islam tentang praktik persaingan usaha pada pasar modern dan tradisional adalah diperbolehkan (*mubah*), karena telah sesuai dengan persaingan usaha dalam ekonomi Islam dan etika bisnis dalam Islam. Praktik persaingan usaha yang dilakukan oleh pihak Indomaret sesuai dengan syariat Islam. Tidak adanya kemudharatan dan tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh hukum Islam.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adhiwarman A. Karim. 2001. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer* Jakarta: Salemba Empat.
- Amir Syarifuddin.1997. *Ushul Fiqh Jilid I*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Arie Siswanto. 2004. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Arif Isnaini. 2005. *Model dan Strategi Pemasaran*, Makasar: NTP Press.
- Ariekunto Suharsini. 2007. *Proedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badroen Faisal, *et all*. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Baso Swasta dan Irawan. 2002. *Managemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Delta Khairunnisa.
- Bedah Masalah. 2002. *Majalah Percikan Iman*. no.4 Tahun III April.
- Bukhari Alma. 2000. *Manajemen Pemassaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- B.N Maribun. 2003. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Danang Sunyoto. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.

- Departemen Agama RI. 2011. *Alhidayah (Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka)*. Tangerang Selatan: Kalim
- Cholid Norobuko dan Ahmadi. 1997. *Metode Penelitian..*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Grafika.
- Dessi Kusumawardani. 2011. *Meminimasi Total Biaya Persediaan Produk Sprite 295 MI dengan Mempertimbangkan Adanya All Unit Diskon*. Skripsi Sarja Yogyakarta: Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung. 2002. *Manajemen Syari'ah dalam Praktek*. Cet.1. Jakarta: Gema Insani Press.
- Fahri Hamzah. 2010. *Negara, Pasar Dan Rakyat*. Jakarta: Yayasan Faham Indonesia.
- Henry Simamora. 2010. *Akutansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- <https://www.AnneAhira.com/Menyorot-Pengertian-Diskon-dan-Strategi-Bisni.html>. . Di akses pada tanggal 04 Desember 2019 pukul 11.09 WIB.
- <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>. Di akses pada tanggal 7 Desember 2019 Pukul 09.39 WIB.
- <http://windasirumoea.wordpress.com/2012/10/10/persaingan-bisnis-sesuai-syariah>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2019 pukul 13.07 WIB.

- Husein Umar. 2007. *Study Kelayanan Bisnis*. Ed.3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta:Gema Insani Press.
- Jiko Subagio. 2011. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Jopie Jusuf, *Analisis Kredit untuk Account Officer*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Kamal Rokan, Mustafah. 2012. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kartini Kartono. 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Kasmir. 2010. *Kewirausahaan*. Ed.1. Jakarta: Rajawali Press.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. 2016. *Al-Qur'anul Karim*, Surabaya: CV. Rabita.
- Lili M. Sadeli, Manan Ukas. 2006. *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*, Ed.1, Cet.2 Jakarta: Bumi Aksara.
- Manan Abdul. 2012. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- M. Syafi'i Antonio. 2001. *Bank Syariah dan Teoari ke Praktek*. Jakarta: Gema Insai Press.
- Nawawi Hadari. 1998 *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Norvadewi. "Bisnis dalam Perspektif Islam".Jurnal AL-TIJARY, Vol. 01, No. 01, Desember 2015

- Redaksi Wahyu Media. 2008. *Super Referensi Rumus Fisika & Matematika SMP* Jakarta: Penerbit Wahyu Media.
- Salim Kartono. 2007. *5 Jurus Berbisnis Retail di Modern Market*. Tangerang: TransMedia Pustaka.
- Soemarsono. 2002. *Akutansi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Erlangga.
- Suharsini Arikunto. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka- Cipta.
- Susiadi. 2015. *Metodologi Penelitian*. Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan- LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Sutrisno Hadi. 1986. *Metodologi Research I*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas UGM.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Veithzal Revai. 2012. *Islamic Business and Economic Ethich*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yunia Ika Fauzia, Kadir Abdul Riyadi. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. Sidoarjo: Prenadamedia Group.
- Zainal Abidin Ahmad. 2000. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.